

## **JEBAKAN KEBUTUHAN PALSU PADA MEDIA PROMOSI SMARTPHONE IPHONE 11 PRO**

Pinandi Sultan Safaro

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

### **ABSTRAK**

*Smartphone* kini telah menjadi sebuah kebutuhan yang wajib dimiliki oleh setiap insan manusia, seakan-akan hidup akan menjadi tidak berwarna bila tidak ada kehadiran *smartphone* ini. Segala fitur yang dimiliki *smartphone* menjadi daya tarik tersendiri bagi siapapun yang akan memilikinya. Daya tarik akan *smartphone* ini, dapat memunculkan sebuah jebakan kebutuhan palsu di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menerapkan studi kritis. Untuk meneliti bagaimana jebakan kebutuhan palsu yang dimunculkan secara tersirat lewat media promosi *smartphone* iPhone 11 Pro. Menggunakan teori *Circuit of Culture* yang dikemukakan oleh Paul Du Gay, hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bagaimana media promosi iPhone 11 Pro memiliki pesan tersirat maupun tersurat yang dapat memunculkan kesan prestis akan *smartphone* iPhone 11 Pro, yang kemudian dapat memunculkan jebakan kebutuhan palsu.

**Kata Kunci:** Kebutuhan Palsu, *Smartphone*, *Circuit of Culture*, Media Promosi.

### **ABSTRACT**

*Smartphones* have now become a necessity that must be owned by every human being, as if life would be colorless without your *smartphone*. All the features of a *smartphone* become the main attraction for anyone who will have it. The appeal of this *smartphone*, can create a trap of false needs in society. This study uses a qualitative method by applying a critical study. To examine how the trap of fake needs is raised on stage through the iPhone 11 Pro *smartphone* promotion media. Using the *Circuit of Culture* theory put forward by Paul Du Gay, the results obtained from this research are how the iPhone 11 Pro promotional media has a message or express that can give rise to the impression of prestige on the iPhone 11 Pro *smartphone*, which can then lead to a trap of false needs.

**Keywords:** False needs, *Smartphone*, *Circuit of Culture*, Promotion media.